



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2018

Öffentliche Medienhäuser: der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht mehr Autonomie

Jarren, Otfried

Abstract: Strukturkonservatismus und Widersprüchlichkeit prägen die medien- wie rundfunkpolitische Debatte. Die klassischen publizistischen Medien verlieren an Reichweite und gesellschaftlicher Bindestärke, sie büßen an Entgelten und Werbeeinnahmen ein. Die Finanzierung des Journalismus wird im privatwirtschaftlichen Mediensektor, Print wie Rundfunk, zum Problem. Der finanziell gut ausgestattete öffentlich-rechtliche Rundfunk verliert auch an Reichweite, er ist einer massiven internationalen Konkurrenz (unter anderem durch Streaminganbieter) ausgesetzt, auch er büßt bei Publikumssegmenten deutlich ein. Die Krise der privaten Medien nutzt ihm nicht. Aufgrund politischer Vorgaben kann er sich nicht dynamisch entwickeln.

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-166242>

Journal Article

Published Version

Originally published at:

Jarren, Otfried (2018). Öffentliche Medienhäuser: der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht mehr Autonomie. *epd medien*, (51/52):4-8.

**Herausgeber und Verlag: Gemeinschaftswerk der Evangelischen Publizistik (GEP) gGmbH,
Emil-von-Behring-Str. 3, 60439 Frankfurt am Main.**

Geschäftsführer: Direktor Jörg Bollmann

Amtsgericht Frankfurt am Main HRB 49081

USt-ID-Nr. DE 114 235 916

Verlagsleiter: Bert Wegener.

Chefredakteur der epd-Zentralredaktion: Karsten Frerichs.

epd medien: Diemut Roether (verantw.), Michael Ridder, Ellen Nebel.

Erscheinungsweise: einmal wöchentlich epd medien (Druckausgabe als PDF). Plus fünf Mal wöchentlich epd medien aktuell (elektronisch als PDF-Datei).

Bezugspreis Online-Abonnement monatl.: 66,90 Euro.

Verlag/Bestellservice (Adresse siehe oben unter GEP): Tel: 069/58098-190,

Fax: 069/58098-226, E-Mail: kundenservice@gep.de

Redaktion epd medien (Adresse siehe oben unter GEP): Tel: 069/58098-135,

Fax: 069/58098-261, E-Mail: medien@epd.de

© GEP, Frankfurt am Main

Alle Rechte vorbehalten. Die mit dem Abo-Vertrag erworbene Nutzungsgenehmigung für epd medien online gilt nur für einen PC-Arbeitsplatz. epd medien darf nur mit Zustimmung des Verlags weiterverwertet, gedruckt, gesendet oder elektronisch kopiert und weiterverbreitet werden.

**Anfragen richten Sie bitte an die epd-Verkaufsleitung (Adresse siehe oben unter GEP),
Tel: 069/58098-259, Fax: 069/58098-300, E-Mail: verkauf@epd.de**

Haftungsausschluss:

Jede Haftung für technische Mängel oder Mängelfolgeschäden ist ausgeschlossen.

[hier geht's weiter >>>](#)

epd medien

Frankfurt am Main ■ www.epd.de

21. Dezember 2018 **51/52**

INHALT Musik und Weltdeutung

Die Zeitschrift „Spex“ stellt ihr Erscheinen ein / *Von Stefan Hentz* 3

Öffentliche Medienhäuser

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht mehr Autonomie / *Von Otfried Jarren* 4

Fehlender Kredit

Der Südafrikanische Rundfunk ist in der Krise / *Von Mathias Ebert* 9

Inland

„Spiegel“-Redakteur Relotius fälschte über Jahre Reportagen 10

Sender begrüßen EuGH-Urteil zum Rundfunkbeitrag 12

WDR rechnet 2019 mit Einnahmen von 1,4 Milliarden Euro 13

Alexander Bickel wird neuer Fernsehfilmchef beim WDR 14

Bayerischer Rundfunk rechnet 2019 mit Defizit 14

Weitere Inlandsmeldungen ab Seite 15

Internationales

Deutsches Leistungsschutzrecht bleibt umstritten 27

EU vereinfacht europaweites Streaming von TV-Inhalten 28

EBU: Neue Führung in Genf gewählt 28

Weitere internationale Meldungen ab Seite 29

Kritik

VOR-SICHT: „Magische Momente: Pauls Weihnachtswunsch“ von Naefe/Zertz (ZDF) 32

„Hubert und Staller: Eine Schöne Bescherung“ von Sorger/Kaetner u.a. (ARD/BR u.a.) 33

„Passagier 23 – Verschwunden auf hoher See“ von Dierbach/Rechel/Fitzek (RTL) 34

„Der Tatortreiniger“ von Arne Feldhusen und Mizzi Meyer (NDR) 35

Weitere Kritiken ab Seite 36

Dokumentation

Armin Wolf über die dreifache Krise des Journalismus 43

Die nächste Ausgabe von epd medien erscheint am 11. Januar.

Öffentliche Medienhäuser

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk braucht mehr Autonomie / *Von Otfried Jarren*

epd Strukturkonservatismus und Widersprüchlichkeit prägen die medien- wie rundfunkpolitische Debatte. Die klassischen publizistischen Medien verlieren an Reichweite und gesellschaftlicher Bindestärke, sie büßen an Entgelten und Werbeeinnahmen ein. Die Finanzierung des Journalismus wird im privatwirtschaftlichen Mediensektor, Print wie Rundfunk, zum Problem. Der finanziell gut ausgestattete öffentlich-rechtliche Rundfunk verliert auch an Reichweite, er ist einer massiven internationalen Konkurrenz (unter anderem durch Streaminganbieter) ausgesetzt, auch er büßt bei Publikumssegmenten deutlich ein. Die Krise der privaten Medien nutzt ihm nicht. Aufgrund politischer Vorgaben kann er sich nicht dynamisch entwickeln.

Durch politische Restriktionen – etwa im Telemedienauftrag – werden die öffentlichen Medienhäuser zu einer Rücksicht auf den privatwirtschaftlichen Mediensektor gezwungen, ohne dass klar wäre, ob diese Maßnahmen überhaupt Effekte haben. Enges innenpolitisches Lobbydenken dominiert im Wissen um die faktischen internationalen Marktverhältnisse. Diese wiederum aber werden nicht bearbeitet.

Unbestimmte Begriffe

Pfadabhängigkeit herrscht vor: Das Denken aus der dualen Rundfunkordnung führt zu einer Übertragung auf eine vermeintliche duale Medienordnung. Doch eine nationalstaatliche Medienordnung gab es nie, es wurde immer nur Rundfunk reguliert. Und neue Internetanwendungen werden ob ihrer vermeintlichen „Rundfunkähnlichkeit“ zum Objekt einer als legitim angesehenen Regulierung. Die jüngste Entwicklung zeigt es überdeutlich: Der Politik, die immer nur Rundfunkpolitik war, ist aufgrund der Internetplattformen der Rundfunkbegriff endgültig abhandengekommen. Aber mehr als nur das: Da man immer nur den Rundfunk technisch wie rechtlich definiert hat, hat man auf die Definition eines Medienbegriffes verzichtet.

Das rächt sich nun, und mit dem Intermediär ist auch noch keine Lösung in Sicht. Mit zahllosen neuen unbestimmten Begriffen wird nun (etwa im Entwurf für den Medienstaatsvertrag) operiert, ohne aber damit den Blick auf das Medien- oder gar ein Kommunikationssystem zu weiten. Denn dann kämen auch die Pressemedien in den Blick – was aber nicht sein darf. Und falls doch, so bedürfte es tatsächlich der Begründung für eine Medienpolitik. Unter den Konvergenzbedingungen ist eine vektor- oder medienneutrale Medienpolitik zwar ange-

strebt, aber eben aus machtpolitischen Überlegungen heraus nicht so einfach zu haben.

Natürlich hat der Föderalismus demokratische Vorzüge, und die Aufrechterhaltung einer föderalen Medienleistung macht Sinn. Bedarf es aber dazu jeweils eigenständiger, kleinster Leistungserbringer? Wohl kaum. Die deutsche Kleinstaaterei, die Bundeslandlogik, die bei der Etablierung des Privatrundfunks schon fröhliche Urstände feierte, führte zu einer problemfernen Regulierung und zu einem strikten Nebeneinander von öffentlich-rechtlichen und privaten Rundfunkunternehmen. Damit war der Blick verstellt auf Medien- wie Meinungsmacht insgesamt, weil man nur auf den Rundfunk, aber nicht auf die Presse schaute. So gibt es bis heute keinen Akteur, der auf das nationale Gesamtmediensystem schaut. Dieser Mangel wird nun unter Europäisierung- wie Transnationalisierungsbedingungen deutlich sichtbar: Wer ist denn für die neuen Intermediäre zuständig? Treten die Landesmedienanstalten den Intermediären entgegen?

Erhebliche Marktmacht

Die neuen Intermediäre sind global tätig, sie definieren Technik- wie Softwarestandards, sie benötigen weder Lizenzen noch wollen sie Subventionen. Sie bestimmen die Geschäftsmodelle und sie verfügen über eine erhebliche Marktmacht. Ihnen wird man nur wirtschaftsrechtlich beikommen können. Und sie werden keine Büros in jeder deutschen Landeshauptstadt eröffnen. Wie wir sehen, mischen sie aufgrund ihrer Markterfolge die nationalen Medienmärkte auf.

Die Rundfunkpolitik der Länder hat darauf keine Antworten. Und wenn sie es dennoch versucht, so verwickelt sie sich in Widersprüche: Die nationalen Unternehmen sind die guten, die anderen sind die bösen Akteure. So einfach ist das eben nicht. Weit kommt man mit einer solchen Politik nicht. Auch mit Digitalsteuern – ohnehin eine Sache des Bundes – würde man sich selbst in der Entwicklung blockieren. Und würden diese Steuermittel in die nationalen Medienhäuser fließen? Wohl kaum. Auch weil es für diese Option nicht einmal mutige Gedankenspiele gibt. Denn dann müsste man sich normativ zum Journalismus bekennen und seine Finanzierung als öffentliche Sache anerkennen. Und private publizistische Medien als förderungswürdig ansehen und diese sich als förderungswürdig begreifen.

Aufgrund dieser verfahrenen Situation fixiert man sich noch mehr als üblich auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk – weil man dort noch etwas anordnen kann. Aber kann man dort noch sinnvoll, gar mit Auswirkung für das gesamte Medien- und Kommunikationssystem, gestalten? Wohl kaum. Da bleiben selbst kleinste Organisationseinheiten mit großen Häusern erhalten, allein aus regionaler Gewohnheit. Das kostet.

Mittel für Forschung und Entwicklung hingegen, über die der öffentlich-rechtliche Rundfunk nicht verfügt, fehlen. Ohne Forschung und Entwicklung, etwa in Plattformen oder Algorithmen, werden die öffentlich-rechtlichen Medienhäuser an Innovationskraft verlieren. Die deutsche Medienpolitik ist das Problem des öffentlichen Mediums: Rundfunk wird von der Landespolitik nicht als autonome öffentliche Einrichtung – wie die Universitäten – gesehen und anerkannt, sondern als staatsnaher Sektor verwaltet und kontrolliert. Wie soll sich unter diesen Bedingungen der öffentlich-rechtliche Rundfunk entwickeln – und behaupten – können? Wie können aus den bisherigen Rundfunkanstalten öffentliche Medienhäuser entstehen, die vielfältige mediale wie nichtmediale Vermittlungsleistungen für die Gesellschaft erbringen?

Gesellschaftliche Infrastruktur

Die Gesellschaft wandelt sich rasant: Wertewandel, Transnationalisierung, Europäisierung, Multikulturalität, Vielsprachigkeit, Individualisierung. Das globale Netz und Social Media sind Ausdruck wie Treiber dieses Wandels. Die Technik ermöglicht die soziale Differenzierung, sie allein ist es aber nicht. Die Entwicklung hin zu einer globalen Kommunikationsgesellschaft wird von den Social Media vorangetrieben, weil es sich um neue Institutionen handelt. Wie geht der öffentlich-rechtliche Rundfunk damit um – in seinen Aufsichts- wie Leitungsgremien, in seinen Programmen? Wie reflektiert er gesellschaftliche Entwicklungen? Welche Spielräume besitzt der öffentliche Rundfunk für seine Entwicklung hin zu einem öffentlichen Medienhaus, zu einem öffentlichen Intermediär?

Das Internet, das globale Kommunikationsnetz, ist weltumspannend und beschleunigt, intensiviert den Austausch. Und, viel wichtiger, jede wie jeder kann sich selbst in dieses Netz inkludieren. Man kann bei den Social-Media-Plattformen einfach mitmachen, ohne Mitglied zu werden, Gebühren zu bezahlen oder mit Geld (wohl aber mit Daten) zahlen zu müssen. Und diese Infrastruktur ist nicht mehr in Händen der Nationalstaaten, und schon gar nicht reguliert.

Das globale Netz ist zu einer gesellschaftlichen Infrastruktur geworden – wie das Strom-, Gas- oder

Eisenbahnnetz. Für solche Netze gelten eigene Regeln. Das globale Netz wird vielfältig von Einzelnen genutzt, so auch für die globale gesellschaftliche Information, für den Wissensaustausch wie für die Kommunikation. Netzwerkgesellschaft, Communitys – das sind Leitbegriffe für eine neue Gesellschaft geworden, für eine nun anders integrierte Gesellschaft zumal. Man wird nicht integriert, man integriert sich selbst. Mittels des Netzes werden Beziehungen ebenso gemanagt wie der Informations-, Kommunikations- und Wissensaustausch mit anderen.

Der Auftrag (6)

epd Die Ministerpräsidenten der Länder wollen den Auftrag für die öffentlich-rechtlichen Sender im Rundfunkstaatsvertrag neu fassen. Auf dem Tisch liegt ein Vorschlag einer Arbeitsgruppe, der vorsieht, das Profil der Sender zu schärfen. Empfohlen wird unter anderem, dass sich ARD, ZDF und Deutschlandradio auf Information, Kultur und Bildung konzentrieren sollen (epd 24/18). Die Länder sollen demnach in Zukunft nur noch bestimmte Kanäle konkret beauftragen und damit mehr „Spielräume für die Sender“ schaffen. Aber ist „Information, Kultur und Bildung“ die richtige Antwort auf die Frage, welche Rolle der öffentlich-rechtliche Rundfunk in Zukunft spielen soll und kann? Gemeinsam mit dem „Dokublog“ von SWR2 gehen wir in einer Reihe der Frage nach, wie die Digitalisierung und das Internet den gesellschaftlichen Auftrag des Rundfunks verändern. Der Kommunikationswissenschaftler Otfried Jarren fordert in diesem Beitrag eine grundlegende Reform des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Aus ihm müsse „ein öffentliches Medium werden, im Dialog mit der Gesellschaft und in beständiger Interaktion mit allen gesellschaftlichen Akteuren“, schreibt er. Jarren lehrt und forscht am Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung der Universität Zürich. Die weiteren Artikel aus unserer Reihe zum Auftrag erschienen in epd 29, 35, 46, 48 und 50/18.

Vor allem: Einzelne, Gruppen, Organisationen können sich potenziell global artikulieren, können sich und ihre Interessen repräsentieren, im besten Falle durch kommunikative Aktivitäten große Reichweite erlangen. Der verfassungsrechtlich garantierte Anspruch auf die freie Individualkommunikation kann jetzt faktisch (mit Reichweite und somit Relevanz) realisiert werden. Einzelne gebrauchen Medien für höchst unterschiedliche

Zwecke. Allein die Gebrauchsoption verleiht den Social Media Bedeutung, selbst dann, wenn man den Gebrauch höchst kritisch beurteilt. Mediengebrauch statt nur Mediennutzung.

Mit anderen selbstbestimmt etwas teilen, statt nur Verteiltes auswählen wie nutzen zu können, so wie es im Zeitalter der Massenmedien üblich war. Manches dabei ist in der Startphase holprig (Fake News, Hate Speech), aber dem kann man durch Diskurse über eine gute Kommunikationspraxis, die Etablierung von (neuen) Regeln für die private wie die öffentliche Kommunikation und rechtlichen Entscheidungen beikommen. Der Institutionalisierungsprozess hat begonnen.

Europäische Kommunikationsordnung

Bei allen jeweils neuen Medien hat dieser Normen- wie Regelbildungsprozess eine Weile gedauert. Deshalb müssen Staat wie Gesellschaft bereit sein, entsprechende Institutionen – staatsunabhängige Organisationen – national wie europäisch aufzubauen, die den gesellschaftlichen Medien-, Kommunikations- wie Öffentlichkeitswandel reflektieren. Denn nur so, durch Kommunikation, kann man unter den Bedingungen von Netz und Social Media auf die Institutionalisierung Einfluss nehmen. Zumal unter globalen Bedingungen, in der der Nationalstaat rechtlich nur wenig zu leisten vermag.

Die mit den Social Media verbundene spezifische Form der Institutionalisierung, also die kommunikative Institutionalisierung, ermöglicht genau diesen Einfluss auf die neu entstehenden Normen und Regeln. Das Instrumentarium der traditionellen Rundfunk- und Medienpolitik ist also ergänzungsbedürftig – nicht allein mit Blick auf die traditionellen Massenmedien, sondern vor allem mit Blick auf die Gestaltung der im Entstehen befindlichen Kommunikationsgesellschaft. Und es sollte zum Auftrag der öffentlichen Medien gehören, sich systematisch an der Reflexion des neuen medialen Institutionalisierungsprozesses zu beteiligen.

Kommunikative Institutionalisierung, an der Individuen in unterschiedlichen Rollen beteiligt sind, und wie wir sie jetzt erleben, erfordert kommunikative Institutionen. Es bedarf einer Kommunikations- und nicht allein einer Rundfunk- oder Medienpolitik. Es werden neue Institutionen zu schaffen sein: So könnte man im Nationalstaat wie im politischen Mehr-Ebenen-System Europas Kommunikationsräte institutionalisieren, die mit dazu beitragen, die gesellschaftliche Kommunikationspraxis zu begleiten, zu reflektieren, Vorschläge für eine gute Praxis zu machen wie Fehlentwicklungen aufzuzeigen und bezüglich Selbst- und Co-Regulierung oder staatlicher wie überstaatlicher Regulierung Vorschläge zu

unterbreiten. So könnte man an einer europäischen Kommunikationsordnung arbeiten.

Der individuelle Freiheitsgewinn durch Internet und Social Media ist groß: Dank Social Media können Bürgerinnen und Bürger Parteien, Journalisten und Medien umgehen, wenn sie Interessen artikulieren oder miteinander in wechselnden sozialen Konstellationen kommunizieren wollen. Und sie können sich mittels der Netzkommunikation auch organisieren. Das Netz senkt die Kosten für jegliche Form der Distribution wie den Austausch von Information und Wissen. Und auch die Organisationskosten sinken deutlich: Rasch, dynamisch können sich Gruppen bilden, Anliegen vorbringen, politische Schlagkraft erringen.

Politischer Bedeutungsverlust

Ein hohes Maß an Artikulations- und somit an Veto-Macht ist Einzelnen, Gruppen wie Organisationen via Social Media jederzeit möglich. Und davon wird nun Gebrauch gemacht. Die politischen Institutionen, die Regierungen wie die Verwaltungen, die Parteien wie weitere Akteure müssen sich neu organisieren, um diesen vielfältigen kommunikativen Input zu verarbeiten. Was leisten hierzu die traditionellen Massenmedien? Verarbeiten sie diesen Input?

Die traditionellen Massenmedien sind offenkundig zu wenig offen, zu wenig responsiv. Sie erleiden immer stärkere Reichweitenverluste, sie büßen deutlich bei den Jüngeren ein, sie erreichen Zugewanderte kaum. Sie erleiden einen kulturellen wie politischen Bedeutungsverlust, weil man sie weniger denn je für die Artikulation und die Repräsentation von Interessen benötigt oder als relevant erachtet. Die Aggregation, die Sichtbarmachung wie die Durchsetzung von Interessen bleibt aber in den Händen spezialisierter Akteure und der dafür zuständigen Institutionen.

Zu diesen spezialisierten Akteuren zählen zweifellos die Massenmedien und der in ihnen institutionalisierte Journalismus. Sie sind aufgrund ihrer Organisationsweise wie ihres professionellen Journalismus anhaltend wichtig für die Aggregation von Interessen, für die Schaffung von Zusammenhang, für Diskussionen wie Diskurse, für die Organisation von Teilhabemöglichkeiten, für die Ausgestaltung von sozialen wie politischen Prozessen. Aber sie haben sich noch nicht auf die neue Arbeitsteilung eingestellt, sie tun immer noch so, als seien sie allein maßgeblich, besonders relevant für alles, was mit gesellschaftlicher Kommunikation zu tun hat.

Das globale Netz und Social Media verändern die sozial-räumliche wie die politisch-kulturelle Landkarte. Dies geschieht durch globale Kommunikationsereignisse, die

mit den Plattformen verbunden sind: „Arabischer Frühling“, „#Metoo“-Bewegung. Schlüsselereignisse ordnen die bisherigen Karten neu und es wird über Einfluss verhandelt. Social Media sind für den kommunikativen Input in das gesellschaftliche Medien- und Kommunikationssystem (und somit in die Politik) relevant, dort haben sie ihre Stärke. Journalistische Medien sind vor allem für die Verarbeitung wie Zugänglichmachung dieses Inputs bedeutsam. Dazu aber müssen sie sich dieses Inputs auch systematisch annehmen, sie dürfen sich nicht allein auf das beziehen, was die organisierten Interessen, was die sogenannten gesellschaftlich relevanten Gruppen von ihnen erwarten oder ihnen zuliefern. Das aber tun sie.

Langwierige Prozesse

Die etablierten Massenmedien, vor allem auch der öffentlich-rechtliche Rundfunk, sind zu stark auf gesellschaftliche Machtträger und deren Repräsentations- wie Inputanspruch ausgerichtet. Massenmedien verlieren an Reichweite wie Vertrauen, weil sie sich bezüglich des Inputs nicht hinreichend offen und bezogen auf ihre Programmleistung, ihren Output, zu stark an den bereits organisierten machtvollen gesellschaftlichen Interessen orientieren. Sowohl die Input- wie auch die Outputlegitimität werden hinterfragt: Was greift ihr auf, was vermittelt ihr an uns zurück?

Aber auch die anderen gesellschaftlichen Akteure, vor allem die auf gesellschaftsweite Vermittlung angelegten Akteure wie die Parteien, haben mit dem Erkennen wie Verarbeiten des Inputs ihre Mühe. Sie müssten ihre Organisationen wie Prozesse überprüfen und ändern. Das fällt schwer, die Veränderungsbemühungen haben begonnen, aber die Prozesse sind langwierig und organisationsintern schmerzhaft. Je lauter, bezogen auf die Parteien, die Frage wird, ob es überhaupt noch Volksparteien gibt, und je mehr die wenigen (und vormals ja sehr machtvollen) Parteien an Stärke wie Einfluss verlieren, desto mehr fordern sie dort etwas ein, wo sie Einfluss haben – so eben beim öffentlich-rechtlichen Rundfunk. Und je stärker die anderen bislang machtvollen gesellschaftlichen Akteure an Bedeutung wie Einfluss einbüßen, versuchen sie alle gemeinsam durch ihre Rundfunkpolitik verstärkten Einfluss in den Rundfunkgremien wie in den Rundfunkanstalten auszuüben.

Das mag kein Kartell sein, wirkt aber so. Damit entziehen sie dem öffentlichen Rundfunk, der allen gehören soll, Legitimität: er erscheint nicht nur als das Medium der gesellschaftlich etablierten und machtvollen Kräfte, sondern er ist es dann faktisch.

Rundfunk- oder Medienpolitik wird nicht als Gesellschaftspolitik betrachtet und allgemein öffentlich wie

diskursiv betrieben, sondern sie findet in Hinterzimmern statt. Rundfunk- wie Medienpolitik ist Arkanpolitik. Nun aber wird dies zum Problem, weil die Verhandlungen über die Entwicklung des öffentlich-rechtlichen Rundfunks als hilfloses Spiel erkennbar werden: Die anstehenden Grundfragen sind politisch, sie müssen politisch diskutiert und politisch gelöst werden. Es geht nicht vorrangig um Rechtsetzung und die Fortschreibung von Staatsverträgen, sondern es geht um Ordnungspolitik. Und da hilft es wenig, wenn einmal ein Entwurf eines Medienstaatsvertrages zur Diskussion bereitgestellt wird. Wir werden sehen, was man mit den Vorschlägen gemacht hat, denn das gilt es nun transparent und kommentierend erneut zu publizieren.

Das Kernproblem bleibt: Über die öffentliche Kommunikation, obwohl sie durch die Digitalisierung vor einem massiven Wandel (Medien- wie Öffentlichkeitswandel) steht, wurde und wird nicht gesprochen. Oder es wird an unterschiedlichen Orten dazu gesprochen: Vom Bundestag ging die Initiative für das sogenannte Netzwerkdurchsetzungsgesetz aus – der Bund, nicht die Länder, agierten. Und nun sollen die zahlreichen Landesmedienanstalten sich des Themas auch annehmen, wenn es nach den Ländern ginge. Die Kompetenzfragen liegen nicht erst seit dem besagten Gesetz auf dem Tisch. Die Kompetenzordnung ist neu zu verhandeln.

Öffentliche Rechenschaftspflicht

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk soll zwar der Rundfunk der Gesellschaft sein, und er soll sich vor dem Hintergrund der Digitalisierung weiter entwickeln, aber dazu wird keine Debatte initiiert – weder von der Landespolitik, den politischen Parteien noch den Gremien der öffentlichen Rundfunkunternehmen. Doch die Gesellschaft, für die dieses Medium da sein soll, muss diese Institution verstehen und sodann akzeptieren können. Der Einbezug der Nutzerinnen und Nutzer wird vordringlich.

Generell: Der öffentlich-rechtliche Rundfunk stellt sich nicht der Diskussion. Er sieht sich, im besten Sinne, durch das Bundesverfassungsgericht wie die Politik geschützt. Eine allgemein öffentliche Rechenschaftspflicht gibt es (deshalb) für den öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht. Die Rechenschaftspflicht gegenüber den Gremien genügt – zumindest den Vertretern in den Gremien. Das ist unzureichend. Und es ist fatal, weil alle Verantwortlichen um diesen Missstand wissen – seit langem.

Es sind aber nicht nur die großen Themen, es sind auch die alltäglichen Prozesse, die unter Ausschluss von Öffentlichkeit stattfinden, obwohl sie die Medien und somit deren Leistungen zur Herstellung von Öffent-

lichkeit betreffen. Kurz: Die Responsivität der in den Rundfunkgremien vertretenen Organisationen ist sogar in diese jeweiligen Organisationen hinein, aus denen die Vertreterinnen und Vertreter stammen, kaum vorhanden. Rechenschaftspflicht gegenüber anderen Gruppen oder gar der Gesellschaft – glatte Fehlanzeige.

Dabei geht es nicht nur um Transparenz oder Rechenschaftsablegung als formale Anforderungen, sondern auch um das Wissen um die Funktionsweisen wie Leistungen von Journalismus oder Medien. Wie soll Medienkompetenz entstehen, wenn selbst bei den öffentlichen Medien keine Diskussion, keine Debatte geführt werden kann und wenn man von der publizistischen Kultur nichts weiß? Vom Dauermissstand der fehlenden Medienkritik ganz zu schweigen.

Geschlossene Organisationen

Medienorganisationen wollen und sollen offen gegenüber der Gesellschaft sein. Sie sind aber faktisch geschlossene, hierarchische Organisationen, die sich der Debatte entziehen. Im Vergleich zu den Social Media wirken sie entrückt, fast obrigkeitsstaatlich, vielfach besserwisserisch.

Die Massenmedien sind nach wie vor auf eine nationalstaatliche Systemintegration ausgerichtet. Vor allem der Rundfunk wird so politisch wie rechtlich programmiert. Je stärker die soziale Differenzierung zunimmt, desto stärker wird die Erwartung, dass der öffentlichen Rundfunk es richten sollte: Integration, Kohäsion. In segmentär differenzierten Gesellschaften, in denen immer mehr spezielle Gruppen existieren, kann man aber mit linear verbreiteten Rundfunkprogrammen oder mit gebündelten Zeitungsinhalten (ob gedruckt oder als E-Paper vertrieben) nicht mehr alle erreichen. Zu unterschiedlich sind die Interessen an speziellen Themen, zu vielfältig das verfügbare Informationsangebot. Die Medienmenüs sind hochgradig differenziert, sie werden immer spezifischer, sie könnten sogar personalisiert werden.

Nötig wird die Sozialintegration durch binnenkommunikative Angebote für als relevant erachtete Gruppen. Durch entsprechende Angebote kann Wissen bereitgestellt und es können Vernetzungsmöglichkeiten zwischen Themen wie Gruppen aufgezeigt werden. Die öffentlich-rechtlichen Medien müssen sich mit den Anforderungen, die sich aus der segmentär differenzierten Gesellschaft ergeben, befassen. Zielgruppenangebote, Mediatheken können dazu Möglichkeiten sein. Die aktiv Mediennutzenden sollten angesprochen werden.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk droht, wenn man ihn nicht aus der politischen Drucksituation befreit, immer

mehr zu einem allgemein erkennbaren staatsnahen Sektor zu werden. Dieser Eindruck hätte legitimatorische Konsequenzen. Der Staats- und Parteieneinfluss muss schwinden, die Autonomie der Organisationen des öffentlichen Rundfunks muss wachsen – damit sie sich zu öffentlichen Medien entwickeln können.

Vor allem: Das praktizierte Modell ist nicht auf eine dynamische, offene Gesellschaft, ist nicht auf Wechsel wie Wandel, ist nicht auf den andauernden wie grundlegenden Streit wie die Debatte angelegt, sondern auf Ausgewogenheit. Gewogen wird das, was durch politischen Mehrheitsentscheid Platz nehmen darf, in den Gremien wie in den Leitungspositionen.

Wer einen öffentlichen Rundfunk oder – weitergedacht – öffentliche Medien will, die sich selbst organisieren und entwickeln, der muss diesen Organisationen mit Vertrauen begegnen – und diese nicht von Vertretern aus Staatskanzleien beaufsichtigen lassen. Selbstorganisation ist nötig, damit sich der öffentlich-rechtliche Rundfunk zu einem dynamischen Akteur, zu einem öffentlichen Medium der sich globalisierenden Kommunikationsgesellschaft entwickeln kann. Dazu gehört neben der Finanz- wie Programmautonomie auch die Personalautonomie.

Grundlegende Reform

Die Verpflichtung auf die Gesellschaft kann nicht nur, sie muss auch eingefordert werden, indem die Rundfunkanstalten Organisations- wie Programmziele kommunizieren und diese intern wie extern evaluieren lassen. Und der öffentliche Rundfunk muss zu einem Dauerdialog mit den Beitragszahlenden gezwungen werden. Das alles kann durch unabhängige Instanzen geschehen, die nach ihrer Erstwahl das Recht auf Selbstergänzung haben – auch um die ständigen Proporz- wie Machtgelüste der politischen Parteien zu mindern.

Der öffentlich-rechtliche Rundfunk bedarf einer grundlegenden Reform, einer Reform an Haupt und Gliedern, aber er selbst ist dazu zu verpflichten und zu ermächtigen. Öffentliche Medien sind zu wichtig, um sie allein politischen Interessenorganisationen anzuvertrauen. Aus dem öffentlich-rechtlichen Rundfunk könnte ein öffentliches Medium werden, im Dialog mit der Gesellschaft und in beständiger Interaktion mit allen gesellschaftlichen Akteuren. Für ein öffentliches Medium bedarf es entsprechender Leitbilder. Diese können nur durch eine allgemeine gesellschaftliche Debatte entstehen. Noch hat der öffentlich-rechtliche Rundfunk Anerkennung und Reputation, um Neues zu wagen. Die Freiheit aber hat ihm die Politik erst noch zu gewähren. ■